Formation

Développer et gérer le portefeuille client

Durée : 2 jours (14h heures)

Tarif inter : 1435 € HT
Collation et déjeuner offerts

Intra et sur-mesure : nous consulter

Public

Commerciaux, technico-commerciaux, chargés de comptes. Responsables de secteur ou de zone. Toute personne en charge d'un portefeuille clients dans une fonction B2B ou B2C

Prérequis

Aucun

Programme de la formation

1. Analyser et structurer son portefeuille clients

Pourquoi structurer son portefeuille ? Gains en temps, efficacité, rentabilité Les risques d'une approche opportuniste ou désorganisée

2. Segmenter son portefeuille clients de manière stratégique

Critères de segmentation : volume d'affaires, potentiel, fréquence, rentabilité, risque… Outils d'analyse : matrice ABC, scoring, loi de Pareto, matrice valeur/effort Identifier les clients à fidéliser, développer, surveiller, désengager

3. Organiser son activité commerciale en fonction de ses priorités

Construire un plan d'actions ciblé et réaliste Planifier ses temps de suivi, de relance, de prospection Travailler en synergie avec le marketing, le service client, l'ADV

4. Suivre ses clients de manière proactive et personnalisée

Mettre en place un suivi régulier (appels, visites, mails, points trimestriels…) Préparer chaque contact avec un objectif clair Savoir détecter les signaux faibles d'un risque de perte ou d'insatisfaction

5. Fidéliser durablement ses clients

Créer de la valeur dans la relation : conseil, exclusivité, attention Valoriser l'historique et l'engagement du client Savoir remercier, réactiver, surprendre

6. Développer son portefeuille en capitalisant sur l'existant

Identifier des opportunités de cross-sell, up-sell, recommandation Utiliser son portefeuille comme levier de

prospection indirecte Préparer la transition vers une posture de partenaire, et non de fournisseur

Objectifs

- Segmenter et analyser efficacement leur portefeuille clients
- Identifier les clients à fort potentiel et ceux à fidéliser en priorité
- Construire un plan d’actions commercial adapté à chaque typologie de client
- Mettre en place un suivi régulier et qualitatif des comptes
- Développer la fidélisation et détecter de nouvelles opportunités de vente

Modalités pédagogiques

- Apports méthodologiques illustrés par des cas concrets
- Exercices d’analyse de portefeuille en sous-groupes
- Outils pratiques : matrices clients, scoring, plan de relance
- Mises en situation de suivi et relance client
- Plan d’action individuel à construire pendant la formation

Modalités d’évaluation

- Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen d'auto-évaluation, de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
- Évaluation dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l’évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation.
  Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site.
- Suivi des présences et remise d’une attestation individuelle de formation.